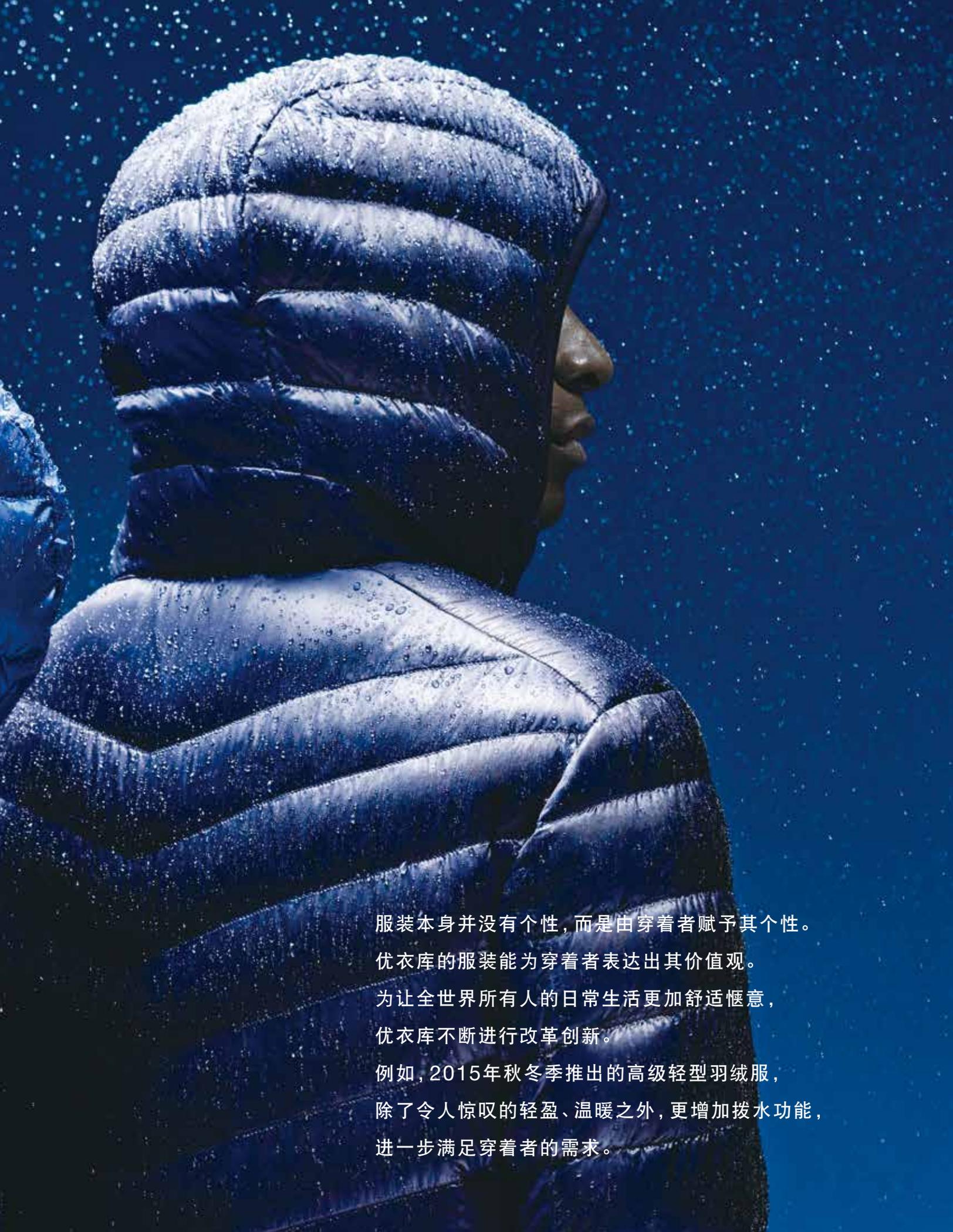


优衣库事业

UNIQLO

A woman is shown in profile, looking upwards against a dark blue night sky filled with stars. She is wearing a blue quilted puffer jacket with a hood that has water droplets on it. The overall mood is serene and aspirational.

真正优质的服装
能够改变世界



服装本身并没有个性，而是由穿着者赋予其个性。

优衣库的服装能为穿着者表达出其价值观。

为让全世界所有人的日常生活更加舒适惬意，

优衣库不断进行改革创新。

例如，2015年秋冬季推出的高级轻型羽绒服，

除了令人惊叹的轻盈、温暖之外，更增加拨水功能，

进一步满足穿着者的需求。

THE UNIQLO EDGE

优衣库致力于向全世界所有人们提供前所未有崭新价值的服装。优衣库坚持与全球面料厂商直接洽谈、大量采购，从而能够使用全球最高水准的天然面料；并与合成纤维厂商共同开发前所未有的新功能面料。优衣库通过改变服装常识，赢得来自全球消费者的持续支持与青睐。

优衣库的六大优势

06 成功进军全球市场

目前优衣库已在全球17个国家和地区成功开展店铺。此外，还在纽约、巴黎、伦敦、东京、上海、香港及首尔等国际大都市开设全球旗舰店，不断提升品牌知名度。其中特别是包括大中华区等亚洲市场表现卓越，可望带动优衣库今后的进一步成长。



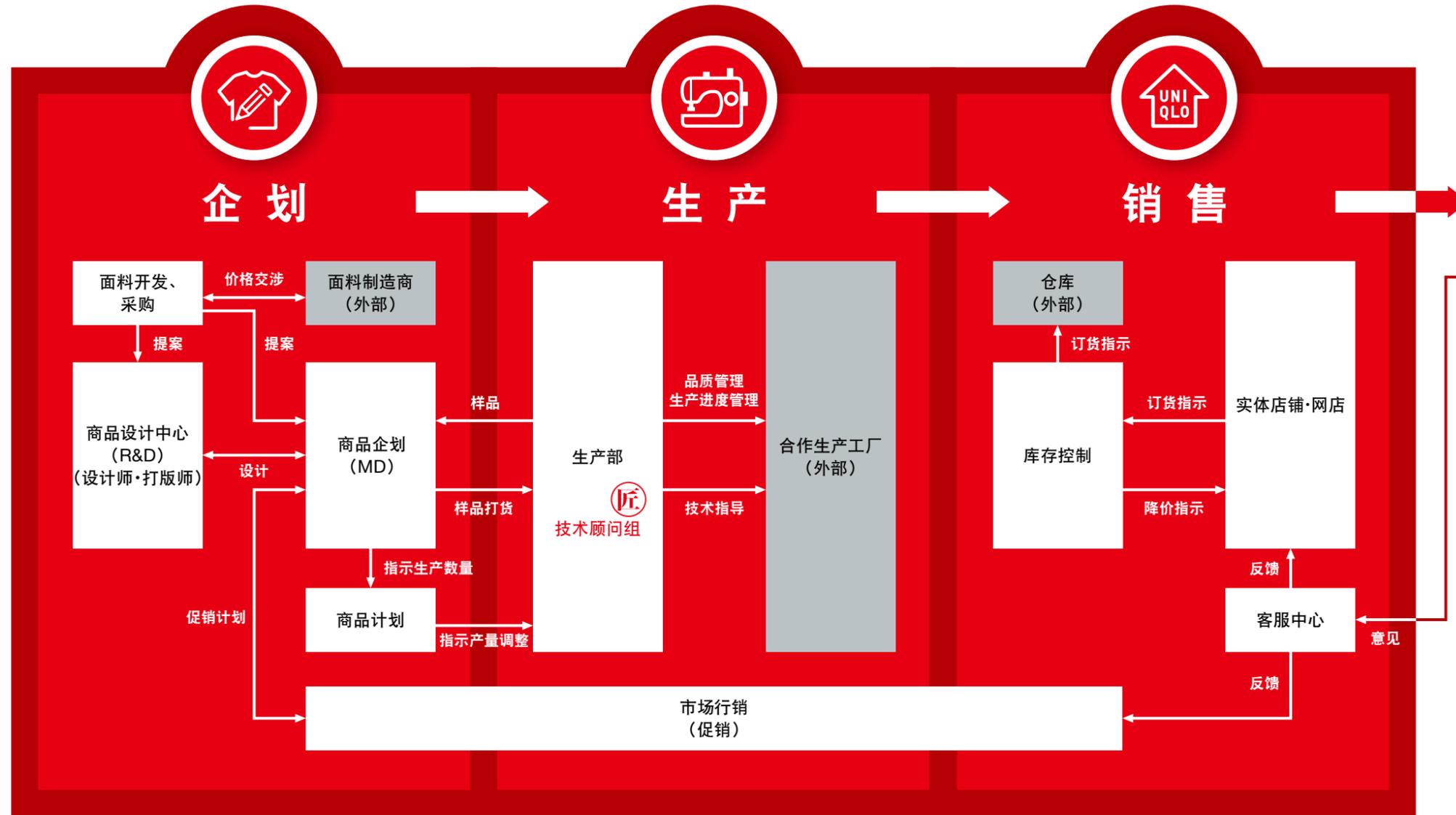
优衣库的经营模式

01 SPA经营模式

UNIQLO(优衣库)采用从产品企划、生产到销售各环节一条龙式管理的SPA*(自有品牌服饰的专卖店零售商)经营模式。使优衣库在开发原创商品及采购面料等方面能有效降低成本，并视乎商品销售情况灵活调整生产计划。

02 生活必需基本款商品

优衣库致力为人们提供日常生活所需的基本款服饰，从而赢得不论男女老幼、不分种族文化等各国消费者的持续支持与青睐。由于顾客层覆盖面广，预期市场需求增长空间大。



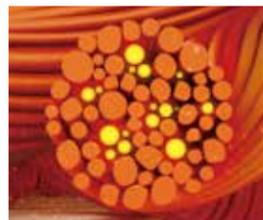
05 控制成本 高效经营

优衣库的店铺采用租用形式，从而有效控制成本。由于投资金额少，因此便于推进“以旧改新”，为店铺升级。



03 面料优势

与日本东丽公司等大型面料厂商携手共同研发高性能面料，从而推出如HEATTECH、AIRism等独特商品。此外，对于羊绒、美利奴羊毛等高级天然面料，则直接从产地大量采购，以确保有效降低成本。



04 “匠”技术顾问 严格品质把关

由拥有日本纺织业界丰富经验与卓越技术的“匠”技术顾问们亲临生产现场，直接进行技术指导。多年来优衣库与中国等地的生产合作伙伴不但建立深厚的信赖关系，同时能彻底为品质进行严格把关。



*所谓SPA(Specialty store retailer of Private label Apparel: 自有品牌服饰的专卖店零售商)是指对面料、采购、企划、开发、制造、物流、销售、库存、管理等，从制造到销售的所有环节实施一条龙管理的经营模式。



企划

PLANNING



确定商品概念

确定、采购面料

制作样品

商品设计中心 (设计师、打版师)

优衣库商品设计中心(R&D)不断收集来自全世界有关时尚、生活形态、新面料等最新信息。提前一年即开始为新品上市进行准备,根据收集到的信息召开商品概念会议。

在商品概念会议上,商品设计中心的设计师会与来自商品企划部(MD),市场营销部,以及面料开发、生产部等各部门的负责人经过反复讨论,最终敲定秋冬及春、夏三季的商品概念。之后,设计师按照已确定的概念,进行设计并制作样品。设计方案确定之后,还需对颜色和款式进行多次微调。

面料开发及采购

优衣库与全球面料制造商直接洽谈,实现了面料供应的“高品质、大量、稳定及低成本”。此外,采取大批量采购的方式,从而获得了较其他任何一家服装制造商皆为有利的交易条件。

优衣库尤为重视核心商品的面料开发,对面料的功能、舒适度、手感等精益求精,不断改进。以丹宁系列为例,我们与在全球享有盛誉的牛仔丹宁面料制造商日本贝原(Kaihara)公司合作,按优衣库要求的规格纺织、染色。此外,优衣库还携手日本东丽公司,致力于从纱线到面料的共同研发,成功开发出HEATTECH等新功能面料及其相关商品。

商品企划

商品企划人员(MD)在商品企划至生产的过程中,发挥着极为重要的作用。首先,MD要与商品设计中心的设计师就各季商品概念进行讨论,并确定商品企划、设计及使用面料等。

接下来,MD还需确定出秋冬及春夏三季的商品构成及生产数量。此时,细致周密的市场营销战略将为MD提供重要的判断依据。

此外,根据当季的销售情况做出增减产决定,也是MD的重要工作。MD需协同商品计划人员,根据需求及时调整产量。

优衣库的战略面料商品

2004.9

全球品质宣言

优衣库自2004年9月发布“全球品质宣言”后，品牌形象在人们心目中大为改观，逐渐摆脱了低价服装的印象。此宣言发布后也使公司内部的开发机制产生脱胎换骨的变化：采用全球最高水平的面料、开发前所未有的高功能性面料，致力于制造真正有价值的服装。

微调设计

确定款式



Steteco & Relaco

高弹力牛仔裤



保暖裤

紧身裤

防紫外线开衫



塑身内衣



AIRism

高级轻型羽绒服



BRATOP



紧身牛仔裤

SUPIMA棉



高级麻

优质羽绒

精纺美利奴



HEATTECH



羊绒



UT(印花T恤)



Body Warm Lite

摇粒绒



'94 '95 '96 '97 '98 '99 '00 '01 '02 '03 '04 '05 '06 '07 '08 '09 '10 '11 '12 '13 '14 '15 '16



确定数量、开始生产

纺织、染色

编织、缝制

品质及生产进度管理

优衣库于上海、胡志明市、达卡、雅加达及伊斯坦布尔等地设立生产事务所，派有品质、生产进度管理负责人及技术顾问组共约400人常驻。负责人每周前往合作工厂探视及解决问题。同时，由于生产部能及时掌握顾客对品质的反馈，因而可对问题做出快速反应并解决。



“匠”技术顾问组

“我负责在优衣库的合作生产工厂指导染色技术。我认为在传授技术的同时，改变厂方人员的生产管理意识，协助工厂向更好的方向发展同样是我们这些技术顾问义不容辞的职责。尽管我们之间存在文化差异，但对卓越品质的追求是大家共同的心愿。我的工作就是将日本的优良技术和精神传承给下一代，我为自己能从事这样的工作而感到自豪。”



染色技术顾问
饭田 和秋



生产基地的扩大

随着公司全球化的推进，优衣库的生产合作伙伴已遍及中国、越南、孟加拉、印度尼西亚等国家。今后我们亦将考虑于欧美地区开发生产来源。

■ 优衣库生产事务所





加工、完工

品质检验、检针

向各国发货

■ 针织服装的生产工艺流程

纺织



棉纺流程从松解原棉开始，需经过10道工序。为获得稳定的品质，采用不同产地的原棉进行混纺。

染色



工人以目测方式对电脑配色进行修正，依靠人眼对色调进行细微的调整。

编织、缝制



缝制工艺从裁剪和机械缝合开始，机械缝合要求工人在细心操作的同时，还要具备足够的耐心。

加工、完工



认真仔细地进行熨烫、打包操作。设置多道检验工序，对产品质量及安全进行严格把关。

销售

SALES



商品入库

配送至各店铺

库存控制

库存控制的职责在于对每周各店铺的销售情况及库存水平进行确认，向店铺配送必要数量的库存及新商品，确保店铺维持适量库存。同时应对店铺的订货需求。

季节末期，为了消化库存，协同MD与销售等部门，适时推出“限时特价(比普通价格低20%~30%的折扣价格)”、价格调整等促销活动。

市场行销

优衣库每季均针对核心商品(如摇粒绒、高级轻型羽绒茄克、AIRISM、HEATTECH等)实施促销活动。促销期间，通过电视广告等向人们宣传商品的特性及功能。

此外，例如在日本则以“限时特价”提供每季推出的新品，并在每周五以报纸插页广告单的形式在全国进行宣传。

优衣库的店铺

截至2015年8月底，优衣库在日本的店铺数已达841家(其中包括30家员工加盟店)，店铺网点遍及全国。2001年秋季开始走向海外的优衣库，此时在日本以外的店铺总数也已增加至798家，其中，亚洲地区的拓展尤为迅速，大中华区(中国内地、香港、台湾)已开设店铺467家、韩国155家、东南亚及大洋洲108家。



广告宣传单



电视广告



路边店



线上、线下开始销售

顾客入手商品

线上销售

2015财政年度，优衣库在日本的线上销售额为324亿日元(占日本销售额比率为4.2%)。此外，中国内地、台湾、韩国、英国、美国、澳大利亚及新加坡等的线上销售也进行顺利。

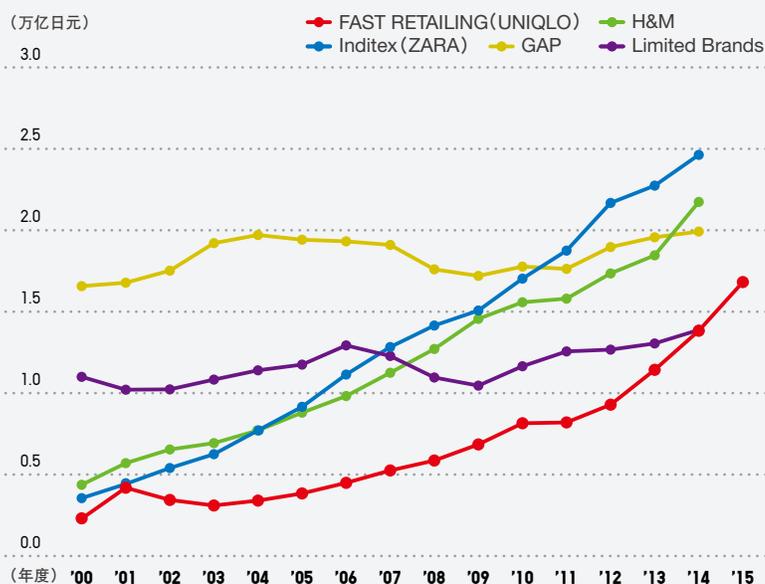
客服中心

客服中心2015年度通过电话、电子邮件等收到顾客反馈逾27万件，并将这些意见转达给相关部门，以改善商品、店铺、服务及经营。



客服中心

世界主要SPA(自有品牌服饰的专卖店零售商)企业的销售额



(注)根据各个企业年报并以2015年8月底的汇率换算制成